



**University of  
Zurich**<sup>UZH</sup>

**Zurich Open Repository and  
Archive**

University of Zurich  
University Library  
Strickhofstrasse 39  
CH-8057 Zurich  
[www.zora.uzh.ch](http://www.zora.uzh.ch)

---

Year: 2015

---

## **Fallstudien in der Kommunikationswissenschaft**

von Rimscha, M Bjørn ; Sommer, Christoph

DOI: [https://doi.org/10.1007/978-3-658-05723-7\\_23-1](https://doi.org/10.1007/978-3-658-05723-7_23-1)

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-108149>

Book Section

Accepted Version

Originally published at:

von Rimscha, M Bjørn; Sommer, Christoph (2015). Fallstudien in der Kommunikationswissenschaft. In: Averbek-Lietz, Stefanie; Meyen, Michael. Handbuch nicht standardisierte Methoden in der Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 1-13.

DOI: [https://doi.org/10.1007/978-3-658-05723-7\\_23-1](https://doi.org/10.1007/978-3-658-05723-7_23-1)

## **Fallstudien in der Kommunikationswissenschaft**

M. Bjørn von Rimscha, Christoph Sommer

Keywords: Case Study, Holismus, Inferenz, Approach, qualitative Methoden

### **Abstract**

Der Beitrag stellt verschiedene Typen von Fallstudien vor und differenziert dabei eine geisteswissenschaftliche und eine sozialwissenschaftliche Perspektive. Die Vorstellung verschiedener Definitionen von Fallstudien und Fällen macht deutlich, dass die Fallstudie eher als Approach denn als Methode verstanden werden muss. Es wird erläutert, wie Fälle ausgewählt werden und worauf bei der Durchführung zu achten ist. Dies wird abschließend mit Beispielen aus verschiedenen kommunikationswissenschaftlichen Anwendungsfeldern illustriert.

### **1 Einleitung**

Die Fallstudie ist eine der am häufigsten missverstandenen Methoden in der Sozialforschung (Flyvbjerg 2006). Studierende, die sich in ihrer Abschlussarbeit unsystematisch mit ihrem Lieblingsmedium beschäftigen wollen, bezeichnen ihre Arbeit gern als Fallstudie. Die Tatsache, dass es sich bei Fallstudien um ein nicht standardisiertes Verfahren handelt, in dem oftmals sowohl qualitative als auch quantitative Daten erhoben werden, wird dabei häufig als Freibrief missverstanden, die Gütekriterien aus beiden Kontexten zu ignorieren. In Fallstudien wird eine Fülle von Detailinformationen zusammengetragen, die einen tiefgehenden Eindruck vom Forschungsobjekt vermitteln. Entscheidend ist, wie die Forschenden mit diesem Detailreichtum umgehen, wie sie ihn nutzen und warum sie ihn überhaupt geschaffen haben. Im ungünstigsten Fall wurde die Fallstudie durchgeführt, weil die Forschenden „do not know exactly what they are looking for“ (Wimmer und Dominick 2014, S. 144). Nicht das Objekt darf im Vordergrund stehen, sondern die forschungsleitende Frage. Oftmals wird die Fallstudienmethode explorativ verstanden als Möglichkeit, Ideen für weitere Forschung zu generieren (Simon 1985).

Diese Beschränkung und den schlechten Leumund hat die Fallstudie nicht verdient, denn sie kann (in ihren unterschiedlichen Formen) sehr wohl einen wertvollen Beitrag zum wissenschaftlichen Erkenntnisgewinn leisten, wie dieser Beitrag zeigen soll. Dafür wird die Methode zunächst in drei unterschiedlichen Forschungstraditionen verortet (Abschnitt 2). Anschließend wird anhand von sich zum Teil widersprechenden Definitionen gezeigt werden, was eine Fallstudie ist (Abschnitt 3). Darauf aufbauend gehen wir der

Frage nach, was einen Fall ausmacht und wie er ausgewählt werden kann (Abschnitt 4). Anschließend präsentieren wir eine prototypische Gegenüberstellung von Fallstudien und anderen Ansätzen (Abschnitt 5). Weiter zeigen wir, wie eine Fallstudie durchgeführt werden kann (Abschnitt 6), und illustrieren dies mit fünf Beispielen aus der Forschung (Abschnitt 7). Am Ende werden die typischen Herausforderungen von Fallstudien genannt.

## **2 Typen von Fallstudien**

Grundsätzlich lassen sich drei Perspektiven identifizieren: Fallstudien als Lehrmethode, Fallstudien als Forschungsmethode und Fallstudie im Kontext von standardisierter quantitativer Forschung als Hilfsmethode. Fallstudien helfen hier zum Beispiel bei der Exploration und bei Ermittlung der Praktikabilität, bei der Hypothesenentwicklung, bei der Operationalisierung oder bei der Plausibilisierung und der Illustration von quantitativen Ergebnissen (Lamnek 2010, S. 276–283). Je nach Perspektive können Fallstudien also Vorstudien oder Illustrationen verstanden werden, als ideografische Methode oder als universeller Rahmen für Studien mit „small-N“ (Ragin 1992).

### **2.1 Fallstudie als Lehrmethode**

Fallstudien sind nicht nur eine Forschungsmethode, sondern sie werden in einigen Disziplinen vor allem als Lehrmethode verwendet – zunächst in der Kasuistik der Rechtswissenschaft und dann insbesondere in der Betriebswirtschaftslehre. Pionier war hier die Harvard Business School, die dieses Verfahren bereits seit Anfang des 20. Jahrhunderts einsetzt (Kaiser 1983). Studierende erhalten dabei Informationen, die einem Manager in einer bestimmten Entscheidungssituation in der Vergangenheit auch zu Verfügung gestanden haben. Aus dieser Materialsammlung sollen sie selbst ihre Entscheidung für die fragliche Situation ableiten. Diese kann dann mit dem tatsächlichen Geschäftsverlauf verglichen werden. Ziel ist es dabei, Kompetenz im Bereich der Problemfindung und Problemlösung zu entwickeln, nicht jedoch in der Informationsbeschaffung. Studierende sollen vor Entscheidungsprobleme gestellt werden, die sie später als Manager vermutlich antreffen werden. Fallstudien sind so Lernen am Beispiel. Häufig ist in diesem Kontext auch von ‚Best Practice‘ die Rede. Fallstudien als Lehrmethode sollen also Theorie und Praxis verknüpfen und zeigen, wie die Theorie bestmöglich in der Praxis angewendet werden kann. In der Kommunikations- und Medienwissenschaft ist die Lehre am Fallbeispiel bisher nicht üblich. Eine Ausnahme bildet hier lediglich das Medienmanagement. Durch die inhaltliche Nähe zu den Wirtschaftswissenschaften werden von einzelnen Autoren auch die Lehrmethoden übernommen, wie etwa bei Sylvie et al. (2008).

## 2.2 Fallstudien in der geisteswissenschaftlichen Tradition

Die Fallstudie als Forschungsmethode wird insbesondere von quantitativ geprägten Forschenden häufig als unsystematisch und weitgehend wertlos verbrämt. Bevor er später ein Protagonist der Fallstudienforschung wurde, erklärte etwa Campell: „Such studies have such a total absence of control as to be of almost no scientific value“ (Campbell und Stanley 1963, S. 6–7). Unter den so kritisierten Fallstudienforschern lassen sich zwei Reaktionen auf diese Vorwürfe identifizieren, die jeweils mit Fachtraditionen und Forschungsobjekten korrespondieren. Insbesondere in der (geisteswissenschaftlichen) Pädagogik und der Ethnografie gilt die Kritik an Fallstudien als typisch für jene, die nomothetische Forschung betreiben. Da die Fallstudie dem Ideal der idiographischen Forschung entspreche, gehe die Kritik am Gegenstand vorbei, schließlich verfolge man grundsätzlich andere Ziele (Verstehen individueller kultureller Relevanz vs. Abstraktion vom Phänomen zum Gesetz). Fallstudien aus dieser Forschungstradition fokussieren meist auf einzelne Personen. Entsprechend wird häufig von Einzelfallstudien gesprochen (Lamnek 2010).

Da Individuen für Forscher relativ leicht zugänglich sind, wäre die in der nomothetischen Forschungstradition wichtige Replikationsmöglichkeit gegeben. Wenn also genügend Fälle vorhanden und diese auch zugänglich sind, um Experimentalforschung zu betreiben oder mit großen Fallzahlen statistische Inferenz für die Deduktion zu nutzen, dann ist die Entscheidung für Fallstudien eine bewusste. Die Motivation für Fallstudien liegt hier darin, einen Fall im Detail zu verstehen und nachzuvollziehen. Flyberg sieht Fallstudien als Möglichkeit, sich nicht in „academic blind alleys“ (2006, S. 223) zu verrennen und den Bezug zur Realität zu verlieren. Das Forschen wird von ihm als Analogie zum Lernen beschrieben, wenn er erklärt, dass regelbasiertes Wissen und hypothesengeleitete Forschung dem untersten Niveau der Zugänge zum Lernen entsprechen würden. Wie ein strenger Vater, der seinem Kind beibringt: Wenn du schreist, dann musst du in dein Zimmer. So verkürzt das Wissen des Kindes dann wäre, meint Flybjerg, so unvollständig ist auch das Wissen von Sozialforschern über ihr Feld, wenn sie sich allein dem regelbasierte Wissen verschreiben.

## 2.3 Fallstudien in der sozialwissenschaftlichen Tradition

Anders sieht es häufig in den Sozialwissenschaften oder auch in der Ökonomie aus. Die Einheit des Falls sind hier häufig nicht Individuen, sondern größere soziale Einheiten wie Organisationen, Unternehmen oder gar Nationen. Von diesen Einheiten gibt es nicht so viele, dass ein Forschungsdesign möglich ist, das auf statistischer Inferenz basiert. Dazu kommt, dass komplexere soziale Einheiten meist schwieriger zu untersuchen sind als Individuen. Entweder gibt es keine Personen, die für die ganze Einheit sprechen können,

oder (in stärker hierarchisch organisierten Einheiten wie Unternehmen) es stellt sich das Problem, dass just jene Individuen, die zum Beispiel als Geschäftsführer Auskunft geben könnten, am wenigsten Zeit und Bereitschaft mitbringen. In diesen Kontexten sind Fallstudien nicht notwendigerweise einer ideographischen Orientierung der Forschenden geschuldet, sondern vielmehr Folge der Eigenschaften des Untersuchungsobjekts und des Feldzugangs. In dieser Tradition wird versucht, die Kritik quantitativer Forscher in Sachen Verallgemeinerbarkeit durch besondere Umsicht in der Fallauswahl zu entkräften (Flyvbjerg 2006). Prinzipiell eignen sich Fallstudiendesigns aber auch für (quasi-)experimentelle Forschung (Gerring und McDermott 2007).

Fallstudien werden in der sozialwissenschaftlichen Tradition eingesetzt, wenn sich der gewünschte quantitative Feldzugang praktisch nicht umsetzen lässt – wenn zum Beispiel die benötigten Informationen als intim, sensibel oder geheim gelten und so nur zugänglich sind, wenn ein großes Maß an Vertrauen zwischen Forschenden und Erforschten besteht. Solches Vertrauen aufzubauen, bedeutet einen großen Aufwand und lässt sich deshalb meist nur für einen oder wenige Fälle realisieren. Bei anderen Forschungsfragen kann die geringe Zahl der Fälle, die es in der Realität gibt, selbst eine Vollerhebung zur Fallstudie machen. Wollte man etwa das kommerzielle Fernsehen in der Deutschschweiz untersuchen, so gibt es hier 2014 nur zwei Sender (=Fälle).

### **3 Definition: Was ist eine Fallstudie?**

Ein Teil der Missverständnisse im Kontext der Fallstudien rührt daher, dass es keine einheitliche Definition gibt. Einer ideographischen Fallstudie zur Nutzung der Fernsehserie *Dallas* kann man schlecht mangelnde Verallgemeinerbarkeit vorwerfen, weil sie diese gar nicht für sich beansprucht (Ang 1985). In der Medien- und Kommunikationswissenschaft hat sich bislang keine Tradition der Fallstudienforschung und der Fallstudienmethodenlehre herausgebildet. Entsprechend lehnen sich Forschende, die Fallstudien durchführen, meist an verwandte Fächer an. Medienwissenschaftliche Arbeiten zu Medienbiographien haben eine ideographische Herangehensweise (vgl. z.B. Schoett 2009), aber wenn der Fall „deutsche EU-Ratspräsidentschaft“ untersucht wird, geht es in politikwissenschaftlicher Tradition um allgemeine Aussagen über die europäische Öffentlichkeit und die politische Kommunikation (vgl. z.B. Hahn et al. 2008).

Fallstudien zu definieren ist kein leichtes Unterfangen. Mancher Autor braucht dafür 25 Zeilen (Swanborn 2010, S. 13). Entweder sind Fallstudien sehr komplex oder so umstritten, dass man von einem „definitional morass“ sprechen muss (Gerring 2004, S. 342). Die unterschiedlichen Perspektiven auf die Fallstudie zeigen sich deutlich in den Definitionen, die sich dazu finden. Die ideographisch-holistische Perspektive spiegelt sich zum

Beispiel bei Thomas (2011, S. 23): „A case study is about seeing something in its completeness, looking at it from many angles“. Einen Gegenpol bietet Gerring (2004, S. 342), wenn er die Inferenz betont und Fallstudien als „an intensive study of a single unit for the purpose of understanding a larger class of (similar) units“ bezeichnet. Der Unterschied zu quantitativen Methoden besteht aus dieser Perspektive also nicht so sehr im Gegensatz zwischen Breite und Tiefe, zwischen Verstehen und Kausalzusammenhängen, sondern vielmehr in der Form der Inferenz. Die Fallstudie bedient sich zwar nicht der statistischen Inferenz auf Basis von Zufallsauswahl und Wahrscheinlichkeiten, Deduktion ist aber dennoch möglich. „We do not infer things ‚from‘ a case study; we impose a construction, a pattern on meaning, ‚onto‘ the case“ (Ruddin 2006, S. 800).

Unabhängig davon, ob der Fall für sich stehen oder den Schluss auf eine Klasse möglich machen soll, hebt Lamnek (2010, S. 298) hervor, dass es sich bei Fallstudien nicht um eine Methode im engeren Sinne handelt: „Die Einzelfallstudie ist zwischen konkreter Erhebungstechnik und methodologischem Paradigma angesiedelt. Die Einzelfallstudie stellt einen Approach dar, einen Forschungsansatz“. Hier dürfte der Grund für viele Missverständnisse liegen: Es handelt sich nicht um eine eigene Methode, sondern um eine Metamethode, die verschiedenen Erhebungsverfahren und Datenquellen auf ein Objekt (den Fall) hin kombiniert. Erst die Methodentriangulation erlaubt dabei, ein ganzheitliches Bild des Falls zu erstellen (Lamnek 2010, S. 299). Zwar wird die Fallstudie insbesondere in der ethnografischen Forschung häufig mit der Erhebungsmethode der teilnehmenden Beobachtung gleichgesetzt, doch ist dies nur eine von vielen Möglichkeiten empirische Daten zu generieren (vgl. den Beitrag von Ruth Ayaß in diesem Handbuch).

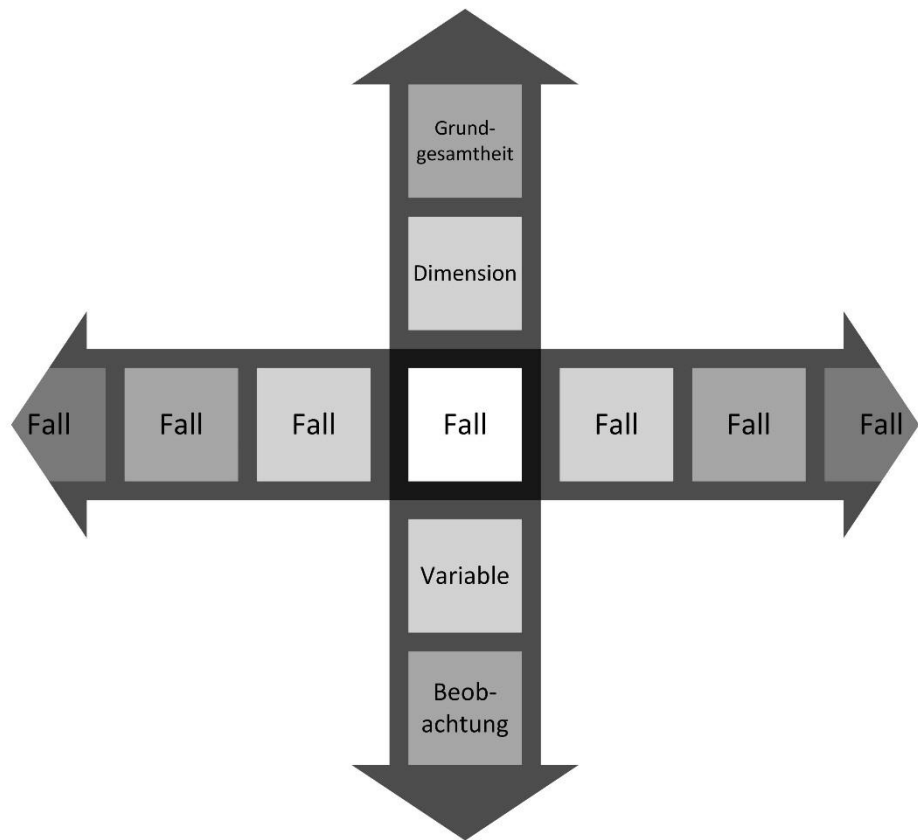
In der Literatur ist man sich darüber einig, dass eine Fallstudie den Kontext des untersuchten Falls prominent einbeziehen muss. Unklar scheint dagegen, wie eindeutig ein Fall von seinem Kontext abgegrenzt sein soll. Yin (2009, S. 18) sieht es geradezu als konstituierendes Element, dass „the boundaries between phenomenon and context are not clearly evident“. Gerring (2004, S. 342) dagegen fordert, dass ein Fall klare Grenzen haben sollte, denn nur so könne vom Einzelfall auf die Klasse geschlossen werden. Es kann festgehalten werden: Eine einheitliche Definition der Fallstudie gibt es nicht. Eine Definition, die die genannten Typen von Fallstudien integriert, müsste weitgehend beliebig bleiben. Für die Forschungspraxis heißt das, dass jede Fallstudie offen legen sollte, welcher Definition sie folgt.

#### **4 Typologie: Was ist der Fall und wie wird er ausgesucht?**

Neben der Definition ist das zweite entscheidende Element jeder Annäherung an Fallstudien die Analyseebene: Was ist eine Fall? Zum einen können Fälle Subjekte sein, die sich

nach unterschiedlichen Aggregatsniveaus differenzieren lassen. Solchen Fallstudien geht es um „spezifische und individuelle Einheiten, die bestehen können aus Personen, Gruppen, Kulturen, Organisationen, Verhaltensmustern etc.“ (Lamnek 2010, S. 298). Im Fokus steht hier, *wer* etwas tut. Zum anderen können Fälle Akkusativobjekte sein. Hier steht das *Was* im Fokus – zum Beispiel eine bestimmte Handlung, eine Policy, ein Berichterstattungsgegenstand, die Aneignung von bestimmten Medieninhalten, Medienformaten oder Medientechnologien (vgl. z.B. Friess 2011; Linke 2007; Rust 1978; Stoneman 2008). Damit wird deutlich, wie vielseitig der Begriff Fall genutzt werden kann und wie groß das Potenzial für Missverständnisse ist, da jeweils ganz unterschiedliche Typen von Studien gemeint sein können.

Abbildung 1: Der Fall zwischen Analyseebenen und Kontext



Allgemein lässt sich festhalten, dass der Fall die Untersuchungseinheit in einer Fallstudie ist. Neben dem intensiv untersuchten Fall gibt es jeweils ähnliche Fälle, die weniger intensiv untersucht werden – implizite Fälle, die als Vergleich herangezogen werden. Gering (2004, S. 344) spricht hier von formellen und informellen Einheiten. Letztere werden oft nicht mit Originaldaten vorgestellt, sondern auf Basis von Sekundärinformationen in der Einleitung oder im Diskussionsteil aufgeführt. Gelegentlich werden die informellen

Einheiten auch gar nicht benannt, sondern als vermeintliches Allgemeinwissen oder Standard impliziert. In

Abbildung 1 wird diese Differenzierung mit der horizontalen Achse illustriert. Verallgemeinerungen von Fallstudien beziehen sich in der Regel auf diese horizontale Achse: Der Fall soll für ähnliche Fälle auf derselben Analyseebene stehen können.

Die vertikale Achse in

Abbildung 1 zeigt, dass die Untersuchungseinheit in Fallstudien frei skaliert werden kann. Je größer die Einheit ist, desto mehr Untereinheiten gibt es. Aus dieser Perspektive wird deutlich, dass es Einzelfallstudien nicht geben kann: Stets gibt es unterhalb des Falls kleinere Einheiten – entweder als Teilmenge oder als Variation über die Zeit. Der Fall ist die Einheit, über die verallgemeinert werden soll (Gerring 2004). Wenn Studien als ‚multi-case studies‘ bezeichnet werden, handelt es sich bei diesen ‚Fällen‘ eigentlich um Instanzen des Falls als Untersuchungseinheit. Nicht über mehrere Fälle soll verallgemeinert werden, sondern über den übergeordneten Fall. Wenn etwa die Strategie von fünf Zeitschriften eines Verlags untersucht werden soll, so handelt es sich um eine Fallstudie zum Zeitschriftengeschäft dieses Verlags. Wenn dagegen die Strategien von fünf Zeitschriften unterschiedlicher Verlage untersucht werden, ist es keine multicase study, sondern eine Fallstudie zum Zeitschriftengeschäft. Was als Fall bezeichnet wird, ist eine Frage der Perspektive und der jeweiligen Fragestellung.

Die Grenzen eines Falls sind fließend. Je mehr die erwähnten impliziten Fälle ausgearbeitet werden, desto mehr stellt sich die Frage, auf welcher Untersuchungsebene der Fall eigentlich liegt. West und Oldfather (1995) schlagen vor, für den Vergleich zwischen Fällen jeweils auf das Originalmaterial zurückzugreifen – eigentlich also einen Wechsel der Analyseebene (eine Ebene hinaus), um dann die Rohdaten der ursprünglichen Einzelfallstudien als Untereinheiten des neuen übergeordneten Falls zu interpretieren.

Bei der Fallauswahl dominiert in der ideographischen Perspektive das Konzept der typischen Fälle. Diese sollen so gewählt sein, dass sie „hinsichtlich einer gleich oder ähnlich strukturierten größeren Menge von Phänomenen als typische Fälle oder besonders prägnante oder aussagekräftige Beispiele gelten“ (Hartfiel 1982, S. 160). Fälle sind in diesem Kontext Illustrationen. Problematisch dabei ist freilich, wie Forschende einschätzen können, ob ein ausgewählter Fall typisch ist, ohne die nicht ausgewählten Fälle mit der gleichen Intensität untersucht zu haben. Die Orientierung an typischen Fällen produziert so einen Widerspruch zwischen dem Verallgemeinerungsanspruch (typisch) und dem tiefen Beschreiben und Verstehen. Flyvbjerg (2006, S. 229–233), der Fallstudien nicht allein als beschreibende Methode verstanden wissen will, unterscheidet vier Ansätze zur Fallauswahl:



- *Critical Case*: Der wichtigste Ansatz, da dieser Hypothesentests nach folgendem Schema erlaubt: Wenn es in diesem Fall, bei dem alles dafür spricht, nicht zutrifft, wird es wohl nirgendwo gelten. Die Argumentation entspricht hier der Falsifikation im Sinn von Popper. Problematisch ist dieses Vorgehen allerdings in der Umkehrung: Wenn es in diesem Fall, in dem man es nicht erwarten kann, gilt, dann wird es überall gelten. Hier handelt es sich nicht um eine Falsifikation, sondern um eine Verallgemeinerung ohne Kontrolle der Randbedingungen. Für die in der nomothetischen Sozialwissenschaft üblichen probabilistischen Hypothesen ist dieser Ansatz nicht geeignet. Hier würde man schlicht von einem Ausreißer ausgehen. Ein Extremwert sagt noch nichts über den Mittelwert und die Verteilung eines Merkmals in der Grundgesamtheit.
- *Maximum Variation Cases*: eine Annäherung an das Ideal der statistischen Varianz. Hier wird eine geringe Anzahl an Fällen verglichen, die sich in einer Dimension unterscheiden (Größe, Ort, Organisationsform). Statt Varianz in einem Zufallssample abzubilden, werden bewusst Extremfälle ausgewählt, um die Relevanz dieser Dimension zu untersuchen.
- *Extreme Cases*: Hier geht es um Informationen zu ungewöhnlichen Fällen – zu solchen, die besonders problematisch oder ‚gut‘ sind. In gewissem Sinne werden hier also genau jene Fälle in den Fokus genommen, die bei einem zufallsbasierten Sampling als Ausreißer aussortiert würden.
- *Paradigmatic Case*: Dieser Ansatz entspricht am ehesten dem oben genannten typischen Fall, in dem eine Metapher oder eine Denkschule für die Klasse geschaffen werden soll, aus welcher der Fall stammt. Allerdings ist dieser Falltyp nicht wirklich eine Option bei der Fallauswahl. Vielmehr handelt es sich eher um eine Ex-Post-Zuschreibung durch die Forschungsgemeinschaft, die die Fallstudie rezipiert und als paradigmatisch erkennt. Wollen Forschende in der Fallauswahl einen Fall als paradigmatisch setzen, sind sie auf ihre Intuition angewiesen (Flyvbjerg 2006, S. 232).

## 5 Was Fallstudien von anderen Methoden unterscheidet

In Anlehnung an Gerring (2004) kann eine Fallstudie als Idealtyp verstanden werden. Damit soll zum Ausdruck gebracht werden, dass sich konkrete Fallstudien unterscheiden können, in der Tendenz zeigt sich jedoch das folgende Bild: Fallstudien sind im Gegensatz zu fallübergreifenden Studien eher deskriptiv. Vergleiche sind dabei durchaus möglich – häufig mit dem, was als alleingültig oder ‚normal‘ angenommen wird. Fallstudien erlauben in der Regel tiefgehende Aussagen über den untersuchten Fall, Aussagen über eine Vielzahl von Fällen sind dagegen schwer möglich. Fallübergreifende Studien sind

oft besser geeignet, die Bedingungen einer Aussage herauszufiltern. In einer Fallstudie können die Rahmenbedingungen schlecht variiert werden. Fallstudien können gut mit anderen Fällen aus der gleichen Klasse verglichen werden, fallübergreifende Studien wollen dagegen repräsentativ sein. Während sich mit fallübergreifenden Studien gut die universelle Wirkung eines Einflusses untersuchen lässt, sind Fallstudien besonders geeignet, um den Wirkmechanismus nachzuvollziehen. Wirkungszusammenhänge in Fallstudien basieren auf hinreichenden oder notwendigen Bedingungen, in fallübergreifenden Studien werden sie dagegen eher in Wahrscheinlichkeiten ausgedrückt. Fallstudien sind geeignet, Theorien zu entwickeln oder (in einer frühen Phase) zu falsifizieren, fallübergreifenden Studien sind dagegen eher konfirmatorisch angelegt (Theorie prüfend). In fallübergreifenden Studien lässt sich die Varianz über viele Fälle abbilden. Fallstudien sind dagegen auch dann möglich, wenn es historisch nur einen Fall oder ganz wenige Fälle gibt, die Varianz also nur in diesem Fall abgebildet werden kann.

Tabelle 1: Eigenschaften von Fallstudien

Fallstudie				Fallübergreifend
deskriptiv	⇐	Art der Inferenz	⇒	kausal
Tiefe	⇐	Fokus der Aussagen	⇒	Breite
intern zwischen Fäl- len	⇐	Homogenität der Ein- heiten	⇒	externe Repräsen- tativität
Wirkungsmechanis- men	⇐	Einsicht in Wirkun- gen	⇒	Wirkungen
unveränderlich	⇐	Wirkungszusammen- hänge	⇒	probabilitisch
Theorie entwickeln	⇐	Forschungsstrategie	⇒	Theorie prüfen
nur eine Einheit	⇐	Varianz	⇒	viele Einheiten

Quelle: nach Gerring 2004

Tabelle 1 zeigt, dass Fallstudien in der Tat anders angelegt sind. Eine Abwertung des Ansatzes lässt sich damit nicht rechtfertigen. Fallstudien sind essentiell, um Theorie zu generieren, um Zusammenhänge zu verstehen und nicht nur zu messen. Dies können sie freilich nur leisten, wenn sie mit Bedacht und Sorgfalt durchgeführt werden.

### 6 Durchführung einer Fallstudie

Hier können fünf Phasen unterschieden werden: konzipieren, erheben, analysieren, interpretieren und zusammenfassen. Diese sollen jetzt genauer beschrieben werden. Da es sich

bei Fallstudien um eine nicht-standardisierte Methode handelt, können sich Anwendungen stark unterscheiden.

6.1 Konzipieren

Bei der Konzeption einer Fallstudie stehen Forschungsfrage und Fallauswahl im Mittelpunkt. Dabei lassen sich „issue questions“ und „topical questions“ unterscheiden (Stake 1995). Erstere sind abstrakter und geben das Erkenntnisinteresse jenseits des Falls vor. Hier werden der Bezug zur bestehenden Literatur und der Aufbau auf theoretische Arbeiten betont. „Topical Questions“ dagegen fokussieren Informationen, die den Fall beschreiben. Für die Auswahl des Falls (oder der Fälle) legt Yin (2009, S. 26) ein sehr pragmatisches Vorgehen nahe: „You need sufficient access to the potential data, whether to interview people, review documents or records, or make observations in the 'field.' Given such access to more than a single candidate case, you should choose the case(s) that will most likely illuminate your research question. Absent such access, you should consider changing your research question, hopefully leading to new candidates to which you do have access“. An anderer Stelle wird dagegen festgehalten, dass die Fallauswahl nicht nur mit dem generellen Interesse begründet sein sollte (Simons 2009, S. 28). Nach Stake (1995, S. 6) sind „balance“, „variety“ und allen voran „opportunity to learn“ die wichtigsten Kriterien. Der Zugang ist zwar in gewisser Weise Voraussetzung, er sollte jedoch nicht der Ausgangspunkt der Fallauswahl sein.

Tabelle 2: Qualitätssicherung in Fallstudien

Gütekriterium	Maßnahme	Phase
Konstruktvalidität	Mehrere Quellen verwenden	Datensammlung
	Beweiskette führen	Datensammlung
	Experten Entwurf vorlegen	Zusammenfassung
Interne Validität	Musterabgleich	Datenanalyse
	Erklärungsfindung	Datenanalyse
	alternative Erklärungen	Datenanalyse
	Logische Modelle	Datenanalyse
Externe Validität	Theorie	Forschungsdesign
	Wiederholungslogik	Forschungsdesign
Reliabilität	Protokoll	Datensammlung
	Datenbank	Datensammlung

Quelle: Yin 2009, S. 41

Zum Forschungsdesign zählen neben den Forschungsfragen auch Analyseeinheiten, eventuelle Aussagen und deren logische Verknüpfung mit den Daten sowie Kriterien für die Interpretation der Ergebnisse (Yin 2009, S. 27). Forschungsdesigns sollten bestimmte Gütekriterien erfüllen, die die Qualität sichern. Yin (2009, S. 41) unterscheidet hier zwischen Konstruktvalidität (korrekte Messungen), interner Validität (logische kausale Verknüpfungen), externer Validität (Grad der Generalisierbarkeit) und Reliabilität (Wiederholbarkeit, vgl. Tabelle 2). Darüber hinaus wird Objektivität als weiteres Kriterium gefordert (Simons 2009) – manchmal ein Problem, da Forschende stark in ihre Fälle involviert sein können. Wenn Fallstudien als Metamethode verstanden werden, ergeben sich die Gütekriterien aus den Gütekriterien der Einzelmethoden.

## 6.2 Erheben

Auf die Konzeption folgt die Feldphase. Für die Datenerhebung unterscheidet Yin (2009) sechs Quellen:

- *Dokumente* sind die klassische Quelle für Fallmaterial. Sie erlauben, Informationen zu überprüfen, diese um Details anzureichern oder Schlüsse zu ziehen. Die Spannweite reicht von Studien über Geschäftsberichte, interne Aufzeichnungen und Medienberichte bis hin zu persönlichen Korrespondenzen. Dabei ist stets wichtig, einen kritischen Blick zu bewahren und Informationen zu hinterfragen. Das Internet erweist sich hier als Segen und Fluch zugleich. Einerseits ist online eine Fülle an Material verfügbar, andererseits lässt sich dieses schwieriger einschätzen.
- *Archivmaterial* steht tendenziell nur für wenige Fallstudien zur Verfügung. Beispiele sind Regierungsakten oder Ergebnisse regelmäßiger Umfragen. Auch hier sind ein kritischer Blick und das Hinterfragen der Quelle entscheidend. Wenn mit der Organisation kooperiert wird, gilt es zu berücksichtigen, mit welcher Intention welche Daten weitergegeben werden.
- *Interviews* werden im Rahmen von Fallstudien häufig geführt – von stark strukturierten bis hin zu kaum strukturierten Varianten. Manchmal werden so quantitative Daten erhoben, meist ist es jedoch das Ziel, möglichst tief einzusteigen und den Fall bis ins Detail zu durchdringen. Auch hier gilt es, die Position und die Interessen des Interviewten zu berücksichtigen. Nach Möglichkeit sollten mehrere Personen zu einem Fall befragt werden.
- Die *direkte Beobachtung* kann für Fallstudien zu aufwändig sein, liefert aber mitunter wichtige Informationen. Beispielsweise lassen sich so Daten zu Besprechungen und Prozessen gewinnen. Auch hier kann stark bis kaum strukturiert vorgegangen werden

- (vom Beobachtungsbogen bis zu eher lockeren Aufzeichnungen). Die Aussagekraft kann gesteigert werden, wenn mehrere Beobachter zum Einsatz kommen.
- Bei der *teilnehmenden Beobachtung* handelt es sich um eine spezielle Form der Beobachtung, bei der Forschende nicht bloß beobachten, sondern als Handelnde eingebunden sind. Dadurch werden Informationen zugänglich, die anders nicht beschafft werden können. Hier ist es wichtig, die eigene Rolle in der Erhebungssituation zu reflektieren und transparent zu machen.
  - *Artefakte* kommen nur für ausgewählte Fallstudien infrage. Dabei kann es sich um ein technisches Gerät oder ein Kunstwerk handeln. Artefakte können eine Beobachtung oder ein Interview ergänzen.

Jede dieser Quellen zeichnet sich durch bestimmte Stärken und Schwächen aus (vgl. Tabelle 3). Eine Kombination erlaubt die Kompensation der Schwächen einer Erhebungsmethode durch Stärken einer anderen. Es ist also nach Möglichkeit danach zu streben, im Rahmen einer Fallstudie mehrere Belege zu berücksichtigen. Darüber hinaus empfiehlt Yin (2009), eine Falldatenbank anzulegen, in der alle Daten und Informationen gesammelt werden, sowie eine Beweiskette zu führen, die es erlaubt, den Weg des Forschenden nachzugehen und die Abfolge einzelner Schritte nachvollziehbar zu machen. Dies dient auch der Qualitätskontrolle.

Tabelle 3: Quellen in Fallstudien

Quelle	Stärken	Schwächen
Dokument	mehrfach durchsehbar nicht reaktiv exakte Infos: Namen, Details lange Zeitspanne, viele Settings	mitunter schwer zu finden eventuell einseitig, unvollständig Verzerrungen durch den Autor Zugangsprobleme
Archivmaterial	ähnlich wie Dokumente präzise, manchmal quantitativ	ähnlich wie Dokumente Schutz der Privatsphäre
Interview	auf das Thema fokussiert wahrgenommene Kausalitäten	reaktiv Erinnerungsschwächen
Beobachtung	Daten aus natürlichem Umfeld Kontext	reaktiv, zeitintensiv, teuer kaum breite Abdeckung
Artefakt	Kulturelle Besonderheiten Technische Prozesse	Abdeckung bestimmter Teile nur beschränkt verfügbar

Quelle: Yin 2009

In der Literatur werden im Zusammenhang mit jenen Methoden, die eine Interaktion zwischen Forschendem und Forschungsgegenstand voraussetzen, verschiedene Rollen diskutiert. So kann beispielsweise im Rahmen eines Interviews als Experte oder als Laie aufgetreten werden, was wiederum das Gespräch auf andere Art und Weise beeinflusst (vgl. den Beitrag von Bernd Blöbaum und Kollegen in diesem Handbuch).

### 6.3 Analysieren, Interpretieren und Zusammenfassen

Für die Analyse des Datenmaterials gibt es kein Patentrezept. Als Basisstrategien werden der Rückgriff auf theoretische Annahmen, die Entwicklung einer Beschreibung, die Verwendung qualitativer und quantitativer Daten sowie das Ausloten alternativer Erklärungen genannt (Yin 2009, S. 130–136). Dazu kommen verschiedene analytische Techniken (Yin 2009, S. 136–160):

- Mustererkennung,
- Erklärungsfindung,
- Zeitreihenanalyse,
- logische Modelle und
- fallübergreifende Synthese.

Simons (2009) geht vor allem auf Kodieren und Kategorisieren ein. Dies erlaubt, die Daten in mehrere Bereiche zu teilen, beispielsweise in Teilfragen zur übergeordneten Forschungsfrage, die dann wiederum detaillierter untersucht werden können.

Im nächsten Schritt gilt es, die gewonnenen Daten und die aus der Analyse entstandenen Ergebnisse zu interpretieren und in einen größeren Zusammenhang zu stellen. Die Frage nach diesem größeren Zusammenhang und der Generalisierbarkeit wird hier am intensivsten diskutiert. Einigkeit besteht darüber, dass dies leichter möglich ist, wenn mehrere Fälle berücksichtigt werden. Mitunter sind Forschende und Lesende jedoch gar nicht an Generalisierbarkeit interessiert, sondern wollen in erster Linie mehr über den spezifischen Fall erfahren (Stake 1995, S. 85).

Im letzten Schritt gilt es, die Fallstudie zusammenzufassen und beispielsweise in Form eines Papers niederzuschreiben. Hierfür bieten sich verschiedene Strukturierungen an. Stake (1995) unterscheidet die chronologische Beschreibung, die Durchdringung aus Perspektive des Forschenden und die Beschreibung einzelner Hauptkomponenten. Zudem werden vergleichende, theoriebildende und spannungsbetonte Strukturen genannt (Yin 2009, S. 176).

## 7 Anwendungsfelder und Beispiele

Grundsätzlich lässt sich die Fallstudie in allen Teildisziplinen der Medien- und Kommunikationswissenschaft einsetzen. In welchem Umfang diese geschieht und welche Variante dabei genutzt wird, ist von der jeweiligen Tradition abhängig. So ist etwa die Rezeptionsforschung im deutschsprachigen Raum quantitativ-standardisiert ausgerichtet. In der Tradition der New Audience Studies haben Fallstudien dagegen ihren festen Platz – hier meist in der ideographischen Variante (vgl. exemplarisch Ang 1985). Auch in der Medienmanagementforschung werden vergleichsweise häufig Fallstudien durchgeführt. Ebene der Untersuchung ist dabei meist das Unternehmen. Der Fallstudienansatz wird hier nicht auf Grund einer tatsächlichen oder angenommenen Überlegenheit gewählt, sondern eher aus Mangel an Alternativen. Die meist überschaubare Anzahl von Unternehmen bedeutet, dass Methoden, die eine große Fallzahl verlangen, ausscheiden. In diesem Umfeld werden Fallstudien oft auch auf quantitative Fragestellungen angewendet. Entsprechend spielen hier auch quantitative Daten oft eine größere Rolle als in anderen Anwendungsfeldern. Zwar wird Medienmanagern als Informanten keine vollständige Rationalität unterstellt, doch ihre Aussagen als Informanten werden meist als Wahrheit angenommen und nicht hinterfragt. Weitere Teildisziplinen, die häufiger Fallstudien anwenden, sind die politische Kommunikation und die Medienpolitik – hier in Anlehnung an die Politikwissenschaft in der Regel in der sozialwissenschaftlichen Variante. Die ideographische Variante kommt dagegen häufiger in der Medienpädagogik und Medienethnografie vor, auch hier in Anlehnung an die Tradition der Nachbardisziplinen.

Wird die Fallstudienmethode mit Beispielen erläutert, so kommen diese tendenziell nicht aus der Kommunikationswissenschaft. Dies ist überraschend, weil sich hier eine Fülle an Studien finden lässt. Dies beginnt schon mit dem Klassiker *The People's Choice* (Lazarsfeld et al. 1944). Die Autoren gingen dort der Frage nach, wie Wahlentscheidungen zustande kommen – am Beispiel von Erie County im Bundesstaat Ohio. Dabei setzten sie quantitative und qualitative Methoden ein. Die Ergebnisse blieben in ihrer Reichweite jedoch begrenzt, was mit der Vernachlässigung der Endphase im Wahlkampf und dem Aufkommen des Fernsehens begründet werden kann. Für die Fallstudienmethode zeigt sich hier die Wichtigkeit einer ganzheitlichen Betrachtung.

Ein völlig anderes Beispiel liefert Franke (2000) mit der Studie *Talkshow-Transplantationen*. Dort wird am Beispiel der Transplantationsmedizin gezeigt, dass Talkshows weder zur Vermittlung medizinischer Information geeignet sind noch zur Selbsttherapie oder Selbstreflexion der Studiogäste. Diese Fallstudie ist sehr persönlich geprägt, da der Autor als Transplantationspatient nicht nur betroffen ist, sondern auch über seine Studioauftritte im Sinne einer teilnehmenden (Selbst-)Beobachtung reflektiert. Hier zeigen sich Stärke

und Schwäche der teilnehmenden Beobachtung: Der Fall ist detailliert und engagiert beschrieben, doch ist die Darstellung selektiv und damit nur bedingt verallgemeinerbar. Solche Single-Source-Fallstudien bieten einen besonders tiefen Einblick, das Fehlen von alternativen Quellen, die das Bild komplett machen, schränkt jedoch die Verallgemeinerbarkeit ein.

Gehen Forschende der Frage nach dem Erfolg medialer Angebote nach, geschieht dies häufig in Form einer Fallstudie. So beschäftigt sich Förster (2011) mit Medienmarken als Erfolgsfaktor. Zu diesem Zweck wählt die Autorin basierend auf Größe und Erfolg zehn Sender aus und nimmt Angebote sowie Branding-Maßnahmen unter die Lupe. Dies ermöglicht einen Einblick in den TV-Markt in Deutschland, Großbritannien, Spanien und den USA. Da bei der Datensammlung jedoch ausschließlich auf die Dokumentenanalyse zurückgegriffen wurde, bleibt die Aussagekraft beschränkt. Es lässt sich hier unschwer erkennen, dass Fallstudien von Methodenkombinationen profitieren. Mehrere Fälle werden auch von Li und Dimmick (2005) untersucht. Die Autoren fragen hier nach den Strategien von Disney, News Corporation und Sony in China und bauen dabei auf Interviews mit 15 Repräsentanten der drei Unternehmen. Dieses Vorgehen wird durch den Fokus auf Strategie und damit Entscheidungen des Management gegenüber der Analyse von Finanzdaten aus Geschäftsberichten oder Reports bevorzugt. Mehrere Verantwortliche zu einem Fall zu befragen, erweist sich hier als fruchtbar. Optimal wäre auch hier jedoch der Einsatz beider Methoden gewesen, um die Aussagen besser kontextualisieren zu können.

Eine Synthese der beiden zuletzt beschriebenen Methoden (Dokumentenanalyse und Interviews) gelingt Surugiu (2012). Die Studie über junge Zeitschriftenjournalisten in Rumänien bezieht Informationen zum Forschungsgegenstand der Journalisten in Rumänien ein und führt eigene Interviews durch. Dies erlaubt es, die Ergebnisse besser einordnen und in einen größeren Zusammenhang stellen zu können.

## **8 Zusammenfassung**

In der Einleitung wurde der schlechte Ruf der Fallstudie angesprochen, der zum einen daher rührt, dass recht unterschiedliche Ansätze gemeint sein können, wenn von Fallstudien gesprochen wird. Zum anderen ergeben sich die Probleme von Fallstudien genau aus der Tatsache, dass der Ansatz keine standardisierte Methode ist, bei denen Forschende eine eindeutige Gebrauchsanweisung haben. Neben den konzeptionellen Herausforderungen bei der Fallauswahl stellen sich häufig ganz pragmatische Probleme bei der Durchführung. Ein entscheidender Faktor ist dabei häufig der Feldzugang. Wenn in der Konzeptionsphase ein Fall gefunden wurde, der sich ideal als kritischer Fall eignet, ist noch nicht sicher, dass die entsprechenden Personen oder Organisation Zugang gewähren



(Darke et al. 1998). Die Suche nach Alternativen führt dann zwar oft zu Fällen, bei denen der Zugang möglich ist, das muss dann aber nicht zwingend ein kritischer Fall sein. Hier ist abzuwägen, ob eine Fallstudie überhaupt sinnvoll ist, da mit weniger aussagekräftigen Ergebnissen zu rechnen ist.

Bei der Durchführung ergibt sich häufig das Problem der Datenmenge. Während einige beklagen, dass erst mühsam der Feldzugang gesichert werden muss und dann viel zu viele Daten vorliegen, sehen andere den Umfang des Materials gerade als Vorteil der Methode. Nur so könne der Fall wirklich verstanden werden. Umfangreiches Material sei notwendig, um Komplexität abzubilden. Eine allzu große Verdichtung des Material wäre danach gar nicht wünschenswert (Flyvbjerg 2006). Dies widerspricht freilich der Publikationslogik von vielen Journals, die selten gewillt sind, umfangreichere Beiträge zu akzeptieren. Eine Community, die standardisierte Methoden bevorzugt, zwingt Fallstudienforschenden damit ein Publikationskorsett auf, dem sie nicht gerecht werden können. So werden die Vorbehalte gegenüber der Methode reproduziert.

Dabei bieten Fallstudien nicht nur großartige Möglichkeiten in der Theorieentwicklung, sondern laden auch ein, sich allgemein die Frage nach dem Wert von unterschiedlichen Formen des Wissens zu stellen. Oft wird gesagt, dass theoretisches, kontextunabhängiges Wissen wertvoller sei als konkretes, praktisches und kontextabhängiges. Flyvbjerg (2006) kontert diesen Vorwurf, indem er erklärt, dass die Sozialwissenschaften bislang keine universellen Theorien hervorgebracht hätten, die Vorhersagen über menschliches Verhalten erlauben. Die Forderung nach Generalisierbarkeit wäre damit hinfällig und (ganz im Gegenteil) konkretes Fallwissen wertvoller als ‚Regelwissen‘, das sich auch nicht wirklich verallgemeinern ließe. Fallstudien liefern der Kommunikations- und Medienwissenschaft ‚Exemplare‘, die holistisch-wissenschaftlichen Fortschritt erst ermöglichen (Kuhn 1990).

### **Kommentierte Literatur zur Vertiefung**

Yin, R. K. (2009). *Case study research. Design and methods* (Applied social research methods series, Bd. 5, 4. Aufl.). Los Angeles: Sage Publications..

Eines der Standardwerke zur Fallstudienforschung. Fragestellungen, die sich für die Methode eignen, sind näher beschrieben. Ausgehend von Konzeption und Fallauswahl werden die einzelnen Schritte im Detail erläutert. Beispiele illustrieren die wichtigsten Argumente.

Eisenhardt, K. M. (1989). Building theories from case study research. *The Academy of Management Review*, 14 (4), 532–550.

Eisenhardt beschreibt, wie im Kontext der Management-Forschung aus Fallstudien Theorien gebildet werden können. Gelungen (und auch für die kommunikationswissenschaftliche Forschung relevant) ist besonders die Diskussion der Vor- und Nachteile der Theoriebildung auf Basis von Fallstudien. Zu erwähnen ist hier vor allem die Forderung nach sparsamen Modellen. Die Fülle von Daten in einer Fallstudie verleitet dazu, dass Theorien und Modelle, die aus Fallstudien heraus abgeleitet werden, überspezifiziert sind.

Flyvbjerg, B. (2006). Five misunderstandings about case-study research. *Qualitative Inquiry*, 12 (2), 219–245.

Flyvbjerg sieht die Kritik an der Fallstudienforschung als Missverständnis. Für ihn bieten Fallstudien wertvolles praktisches Wissen und eignen sich durchaus zur Verallgemeinerung sowie zum Hypothesentest. Er verneint einen Bias in Richtung Verifikation und meint, zu starke Zusammenfassungen seien nicht angemessen.

## 9 Literaturverzeichnis

Ang, Ien. 1985. *Watching Dallas. Soap opera and the melodramatic imagination*. London: Methuen.

Campbell, Donald Thomas and Julian C. Stanley. 1963. *Experimental and quasi-experimental designs for research*. Boston: Houghton Mifflin.

Darke, Peta, Graeme Shanks und Marianne Broadbent. 1998. Successfully completing case study research. Combining rigour, relevance and pragmatism. *Information Systems Journal* 8 (4): 273–289.

Eisenhardt, Kathleen M. 1989. Building theories from case study research. *The Academy of Management Review* 14 (4): 532–550.

Flyvbjerg, Bent. 2006. Five misunderstandings about case-study research. *Qualitative Inquiry* 12 (2): 219–245.

Förster, Kati 2011. Key success factors of TV brand management. An international case study analysis. *Journal of Media Business Studies* 8 (4): 1–22.

Franke, Martin. 2000. Talkshow-Transplantationen. In *Gesundheitskommunikation*, Hrsg. Jazbinsek Dietmar, 115-128. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Friess, Regina. 2011. *Narrative versus spielerische Rezeption? Eine Fallstudie zum interaktiven Film*. Wiesbaden: VS Verlag.

Gerring, John. 2004. What is a case study and what is it good for? *American Political Science Review* 98 (2): 341–354.

- Gerring, John und Rose McDermott. 2007. An experimental template for case study research. *American Journal of Political Science* 51 (3): 688–701.
- Hahn, Julia, Larissa Haida, Sheila Kusuma, Kathrin Mok, Michaela Schmid, Kerstin Schulz, Nicolas Schwendemann und Michael Szep. 2008. *Europa als Gegenstand politischer Kommunikation. Eine Fallstudie zur deutschen EU-Ratspräsidentschaft*. Berlin: Frank & Timme.
- Hartfiel, Günter. 1982. *Wörterbuch der Soziologie*. 3. Aufl. Stuttgart: Kröner.
- Kaiser, Franz-Josef. 1983. Grundlagen der Fallstudiendidaktik. Historische Entwicklung, Theoretische Grundlagen, Unterrichtliche Praxis. In *Die Fallstudie. Theorie und Praxis der Fallstudiendidaktik*, Hrsg. Franz-Josef Kaiser, 9-34. Bad Heilbrunn: Klinkhardt.
- Kuhn, Thomas S. 1990. What are scientific revolutions? In *The probabilistic revolution. Vol. 1: Ideas in history*, Hrsg. Lorenz Krüger, Lorraine J. Daston und Michael Heidelberger, 7–22. Cambridge: The MIT Press.
- Lamnek, Siegfried. 2010. *Qualitative Sozialforschung*. 5. Aufl. Weinheim: Beltz.
- Lazarsfeld, Paul Felix, Bernard Berelson und Hazel Gaudet. 1944. *The people's choice. How the voter makes up his mind in a presidential campaign*. New York, Berlin: Spiess.
- Li, Zhan und John Dimmick. 2005. Transnational media corporations' strategies in post-WTO China. Approaches of three global leaders. *Journal of Media Business Studies* 2 (2): 35–59.
- Linke, Sebastian. 2007. *Darwins Erbe in den Medien. Eine wissenschafts- und mediensoziologische Fallstudie zur Renaissance der Soziobiologie*. Bielefeld: Transcript.
- Ragin, Charles C. 1992. Introduction. Cases of "What is a case?" In *What is a case? Exploring the foundations of social inquiry*, Hrsg. Charles C. Ragin und Howard Saul Becker, 1–18. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ruddin, Lee Peter. 2006. You can generalize stupid! Social scientists, Bent Flyvbjerg, and case study methodology. *Qualitative Inquiry* 12 (4): 797–812.
- Rust, Holger. 1978. *Jugendliche und Gesellschaftsbilder im Fernsehen. Eine Fallstudie zur Rezeption neuerer Unterhaltungsprogramme*. Berlin: Volker Spiess
- Schoett, Silja. 2009. *Medienbiografie und Familie - Jugendliche erzählen. Theorie und Methode der medienbiografischen Fallrekonstruktion*. Berlin: Lit.
- Simon, Julian L. 1985. *Basic research methods in social science*. 3. Aufl. New York: McGraw-Hill.
- Simons, Helen. 2009. *Case study research in practice*. London: Sage Publications

- Stake, Robert E. 1995. *The art of case study research*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Stoneman, Rod. 2008. *Chávez: The revolution will not be televised. A case study of politics and the media*. London: Wallflower Press.
- Surugiu, Romina. 2012. Working for Glossies. A case study on young magazine journalists in Romania. *Journal of Media Research* 5 (3): 21–28.
- Swanborn, Peter G. 2010. *Case study research. What, why and how?* London: Sage Publication.
- Sylvie, George, Jan LeBlanc Wicks, C. Ann Hollifield, Stephen Lacy und Ardyth Broadrick Sohn. 2008. *Media management. A casebook approach*. 4. Aufl. New York, London: Lawrence Erlbaum.
- Thomas, Gary. 2011. *How to do your case study. A guide for students and researchers*. Los Angeles: Sage Publication.
- West, Jane und Penny Oldfather. 1995. Pooled case comparison. An innovation for cross-case study. *Qualitative Inquiry* 1 (4): 452–464.
- Wimmer, Roger D. und Joseph R. Dominick. 2014. *Mass media research. An introduction*. 10. Aufl. Boston: Wadsworth.
- Yin, Robert K. 2009. *Case study research. Design and methods*. 4. Aufl. Los Angeles: Sage Publications.